



SYNTHÈSE d'ACTIVITÉS

Exercice 2018

*présentée lors de
l'Assemblée Générale
du 25 Juin 2019*





L'accueil des visiteurs est le cœur de métier de l'Office de Tourisme. La stratégie d'accueil se compose en deux champs d'actions. Premièrement l'accueil des visiteurs à l'Office de Tourisme grâce aux différentes brochures, à la mise en place de services adaptés à leur besoin et à la gestion des données pour diffuser une information exhaustive. Deuxièmement l'accueil des visiteurs sur la destination. Le déploiement de cet accueil passe par une bonne communication auprès des prestataires touristiques.

TRAITEMENT DES DEMANDES

Le personnel de l'Office de Tourisme a traité 15 695 demandes à l'accueil. 77 % des demandes sont faites par des visiteurs français et 23% des demandes viennent de visiteurs étrangers. Ces proportions sont similaires à l'année 2017.

Sur les 3 642 demandes en langues étrangères :

- 24 % sont faites par des visiteurs allemands (stable)
- 11 % par des visiteurs suisses (stable)
- 11 % par des visiteurs néerlandais (en baisse)
- 9 % par des visiteurs belges (en hausse)
- 7 % par des visiteurs polonais (en hausse)
- 7 % par des visiteurs italiens (stable)
- 7 % par des visiteurs anglais (stable)

On peut noter que 86 nationalités ont franchi la porte de l'office de tourisme sur l'année 2018.

L'accueil est notre mission première. Nous accueillons les visiteurs au guichet de l'Office de Tourisme, mais aussi par téléphone ou par courriel.

Nous éditons des brochures dans plusieurs langues en fonction des principales clientèles et nous nous efforçons d'offrir un accueil de qualité.

Ainsi, même si le nombre de demandes reste stable, elles sont de plus en plus longues et demandent plus de temps.

Tableau récapitulatif de traitement de demandes au guichet par mois.

On remarque que le printemps (avril, mai, juin) a été meilleur que les années précédentes. On retrouve durant l'été les chiffres de 2016 qui sont à relativiser avec l'exposition «2000 ans du Christianisme».

Mois	2016	2017	2018	n-2	n-1
Janvier	379	248	286	-24,5%	15,3%
Février	320	329	258	-19,4%	-21,6%
Mars	771	590	525	-31,9%	-11,0%
Avril	997	1086	1150	15,3%	5,9%
Mai	1552	1361	1703	9,7%	25,1%
Juin	1617	1548	1734	7,2%	12,0%
Juillet	3053	2645	2951	-3,3%	11,6%
Août	3570	3157	3684	3,2%	16,7%
Septembre	1998	1657	1843	-7,8%	11,2%
Octobre	1041	1012	989	-5,0%	-2,3%
Novembre	361	367	321	-11,1%	-12,5%
Décembre	340	263	251	-26,2%	-4,6%
Année	15999	14263	15695	-1,9%	10,0%



Les brochures d'accueil permettent aux conseillers en séjour de répondre à une demande précise. Elles se doivent d'être exhaustives.

Guide touristique Paray-le-Monial

Réédition du guide touristique

Participation financière des prestataires touristiques

Budget : 5 175,60 €

Diffusion papier à 10 000 exemplaires sur l'année 2018 :

- À l'accueil de l'office de tourisme
- En accueil hors-les-murs
- Dans les salons
- Dans les offices de tourisme et sites touristiques de Saône-et-Loire
- Dans les lieux d'hébergement, de restauration et les commerces de Paray

Diffusion numérique :

- Par email lors du traitement des demandes
- En téléchargement sur le site www.tourisme-paraylemonial.fr
- En lecture sur calaméo



Entre ville et jardins

Réédition de la version FR : 15 000 exemplaires

Nouvelle édition de la version IT : 3 000 exemplaires

PAO en interne

Coût des éditions : 1 164 €

Diffusion papier :

- Ville et jardins FR : 6 750
- Ville et jardins GB : 750
- Ville et jardins (ancienne édition) D : 700
- Ville et jardins NL : 450
 - À l'accueil de l'office de tourisme
 - Lors d'accueil hors-les-murs par le personnel de l'office de tourisme

Diffusion numérique :

- En téléchargement sur le site www.tourisme-paraylemonial.fr



Basilique (langue suivant les besoins) :

Pas de réédition en 2018

Diffusion papier :

- Basilique FR : 4 700
- Basilique GB : 400
- Basilique D : 600
- Basilique IT : 300
- Basilique SP : 300
- Basilique NL : 500
 - À l'accueil de l'office de tourisme
 - Lors d'accueil hors-les-murs par le personnel de l'office de tourisme

Sortir à Paray:

L'Office de Tourisme édite tous les trimestres l'agenda des manifestations. Nous récoltons l'ensemble des informations en prenant contact avec tous les organisateurs.

Cet agenda est envoyé par courrier à tous les adhérents individuels de l'Office de Tourisme. Il est disponible à l'accueil sur demande et sur notre site internet.



Label Qualité Tourisme

Nous analysons toujours les bilans avec le Groupe de Travail Local Qualité (composé de socioprofessionnels et d'élus délégués au tourisme) qui se réunit 2 fois par an (avant et après la saison). Nous avons modifié la présentation de notre bilan afin de faire ressortir de nouveaux indicateurs : ouverture de la newsletter, fréquentation du site internet, vente...

En fin d'année 2017, nous avons décidé d'établir des bilans semestriels (d'octobre à mars et d'avril à septembre) afin d'être en adéquation avec les changements saisonniers d'activités.



Indicateurs Qualité :

À l'issue du bilan septembre 2017- mars 2018, nous avons décidé d'arrêter la collecte des questionnaires «Comptoir» pour deux raisons, d'une part ils n'étaient pas ou peu remplis (seulement 2 collectés sur cette période) et d'autre part le taux de satisfaction était supérieur à 97 %.

Nous avons conservé les questionnaires prestation afin de palier rapidement aux problèmes rencontrés et aux dysfonctionnements.

- **Questionnaire sur la destination :**

Nous avons remplacé le questionnaire «Comptoir» par le questionnaire «Destination». Celui-ci étant en libre service seulement 17 retours sur la saison 2018.

D'autre part, nous avons renouvelé au printemps l'enquête hors-les-murs lors des accueils effectués dans différents lieux de la ville (halte nautique, aire de service campings-car, marché, centre historique et cloître) notamment grâce au triporteur de la MASCOT que nous avons utilisé durant 3 semaines en mai. 112 personnes ont été interrogées. L'analyse des questionnaires conforte les résultats de l'année dernière. La notion d'étape reste très importante et l'on constate une part plus importante de court séjour. Cette enquête est à renouveler à d'autre période; notamment en septembre.

- **Questionnaire Camping-Car**

Après un an de distribution de questionnaire sur l'aire de Service de-Camping Car, nous avons pu tirer un bilan qui a été étudié lors du Groupe Local Qualité et une note d'amélioration a été transmise à la Ville de Paray-le-Monial.

Notre engagement qualité et les indicateurs recueillis nous permettent d'être vigilants sur les attentes des visiteurs et la qualité de nos services.

RENOUVELLEMENT DE LA MARQUE QUALITÉ TOURISME.

Notre Marque Qualité Tourisme doit être renouvelée tous les 3 ans. Nous avons fait la demande d'un audit le 15 mars 2018. Nous avons confié ce travail à Sophie Dardilly qui a évalué la documentation de notre organisation ainsi que sa mise en œuvre selon un programme précis.

L'ensemble du personnel s'est investi dans cette journée.



Après une vérification par échantillonnage, l'auditrice a accordé le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme® en mettant en avant des points forts (bonne animation de la démarche, bons documents stratégiques, bonne écoute client...), des points sensibles (enseigne de la façade nord, manque de traduction en allemand sur notre site internet, manque de réponse sur les avis Tripadvisor) et en nous apportant des pistes d'amélioration.

Une liste d'écart à corriger avant le prochain audit nous a été transmise :

- Revoir les fiches de poste en conformité avec la convention collective
- Refaire le manuel qualité de manière plus claire
- Réindexer le système documentaire
- Améliorer l'état des revêtements (mur, sol, plafond) et des équipements d'accueil
- Nous avons au court de l'année mené plusieurs des actions correctives et l'ensemble sera effectué avant la fin de l'année 2020.

Ce renouvellement récompense le travail d'une équipe impliquée qui a envie de faire vivre l'esprit qualité en faisant la satisfaction client une priorité.



Label Accueil vélo

L'Office de Tourisme est Labellisé Accueil Vélo. Voici nos engagements envers les touristes à vélo :

Les conseiller sur leur itinéraire

Mettre à leur disposition une pompe à vélo et un kit de réparation

Mettre à leur disposition la liste des spécialistes pour réparer leur vélo

Garder leurs sacoches pendant leur visite

L'Office de Tourisme est délégué par l'Agence Départementale du Tourisme pour accompagner et auditer les établissements qui souhaitent être labellisés.

En 2018, nous avons fait un travail de sensibilisation du label auprès des prestataires, afin d'augmenter le nombre de labellisés en 2019.

Label Aventures Mômes

Aventures Mômes, c'est le concept dédié à la famille et régit par une charte de qualité mise en place par l'Agence de Développement Touristique, où les prestataires touristiques s'engagent à proposer aux familles des visites et activités ludiques adaptées aux enfants.

Le guide Aventure mômes est disponible à l'office de tourisme.

Nos activités enfants et familles répondent à l'ensemble des critères :

Communication et information

Gestion de l'accueil et du temps d'attente

Contenu et animation des activités



Chambre d'hôtes référence

L'Office de Tourisme s'est engagé pour le label Chambre d'Hôtes référence, le personnel a été formé pour aider les hébergeurs qui souhaitent rejoindre ce dispositif.

Cette qualification développée par Offices de Tourisme de France® a pour objectif de contribuer au développement de la qualification des chambres d'hôtes en permettant aux propriétaires de garantir à leurs clients un bon niveau de prestations. A la différence des classements et labels, Chambre d'hôtes référence® n'établit pas une échelle de valeur suivant la prestation fournie, mais une garantie de qualité à minima, une assurance pour le client d'être bien accueilli.

Dans notre soucis permanent de qualité nous souhaitons qu'il se développe sur notre destination.



Nous nous efforçons d'avoir de bonnes relations avec l'ensemble des prestataires touristiques en organisant au printemps un Eductour et en novembre une réunion de bilan de saison. Cette réunion permet de présenter le plan d'actions de l'année suivante. Nous invitons les prestataires à s'engager auprès de nous dans différentes commissions.

Nous éditons une lettre d'information et un guide du partenariat et nous les informons régulièrement des diverses manifestations que nous organisons.

ÉDITIONS A DESTINATION DES PRESTATAIRES

Lettre d'information

La lettre d'information à destination des socioprofessionnels a été éditée 2 fois dans l'année, en juin et en novembre. Cette lettre permet de donner une information régulière de notre activité aux professionnels du tourisme et aux commerçants.

Elle a été distribuée en juin avec la documentation touristique et envoyée par email à l'ensemble des prestataires et des commerçants. On constate qu'elle est lue par les socioprofessionnels mais très peu par les commerçants.

En novembre, elle fait le bilan de la saison estivale et informe sur la vie de l'Office de Tourisme.

Guide du partenariat

Le guide du partenariat présente les prestations de services et les possibilités de partenariat pour les professionnels. Il présente notre activité et la grille de tarif.

En octobre 2018, nous avons revu l'ensemble des tarifs suivant trois zones correspondant au nouveau découpage suite à la mise en place de la loi NOTRe.

Édition en novembre 2018 auprès des socioprofessionnels.

PAO en internet.

Diffusion :

- Envoi par courrier lors de la démarche de réactualisation du guide Paray
- Envoi par courrier avec l'appel de cotisation en début d'année

Espace pro sur notre site internet

L'année dernière nous avons créé un espace «pro» accessible sur notre site internet. Les professionnels, commerçants ou prestataires touristiques peuvent y retrouver toutes les informations nécessaires pour mieux comprendre notre fonctionnement et devenir partenaire grâce à différentes rubriques :

- Devenir partenaire
- L'organigramme
- Lettre d'Information
- Newsletter pro
- Réglementation

Cette rubrique est très peu consultée. Nous devons mettre en place des actions pour la rendre plus visible et la faire connaître aux prestataires touristiques.



DISTRIBUTION AUPRÈS DES PRESTATAIRES

Nous distribuons une documentation complète (celle que nous éditons mais aussi celle des musées, des animations parodiennes, du Pays Charolais-Brionnais, de l'ADT71 et de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme) aux prestataires de notre zone de compétence durant le début du mois de mai et depuis 2018 nous proposons un réassort début juillet.

Un bon de commande est envoyé par email aux prestataires puis la documentation est préparée, puis diffusée auprès des professionnels du tourisme du secteur (hébergeurs, restaurants, sites touristiques).

Nous distribuons dans les commerces du centre ville cette même documentation lors d'une tournée en début de saison.

VISITES DES PRESTATAIRES

Nous organisons régulièrement des visites des prestataires touristiques afin de mieux les connaître pour mieux renseigner les visiteurs. Ce temps d'échange permet de cibler la clientèle des professionnels mais aussi de renforcer nos relations avec les prestataires.

Ces visites ont eu lieu une matinée les 30 janvier, 27 février, 20 novembre et 18 décembre. Elles se déroulent en général avec l'ensemble des salariés après les réunions d'équipes.

EDUCTOUR ET RENCONTRE

Lundi 26 mars 2018

L'office de tourisme de Paray-le-Monial, propose chaque année une journée ou un après-midi pour mieux connaître l'offre touristique et notre patrimoine afin d'améliorer l'accueil de nos visiteurs.

En 2018, nous avons choisi de présenter l'année «Mosaïssime». A l'occasion des 25 ans du Musée Paul Charnoz, une présentation de l'avancée des travaux a été faite, suivi d'un zoom sur les expositions pour célébrer les 20 ans de la cité internationale de la mosaïque. Puis, Monsieur Davoust, responsable des services techniques de la ville, a présenté l'ouverture de la nouvelle voie verte entre Roanne et Paray-le-Monial. Patrice Boinet, Président de l'Association des Amis de la Musique en Charolais, Brionnais et Bourbonnais a présenté la saison musicale avec des concerts et apéritifs concerts dans les lieux emblématiques de Paray-le-Monial : la Basilique, le cloître, la salle des Boiseries et le Musée du Hiéron. Enfin, Agnès Debiesse a présenté les festivités du «Folk à Paray»

Cet après-midi s'est achevé autour de 3 ateliers :

«Devenez mosaïstes » : Maison de la mosaïque

«Paray dans le rétro» : un petit groupe a travaillé sur la création d'un jeu à destination des touristes et des habitants avec l'aimable participation de l'INAKA et la Ferme des bruyères pour le prêt de cartes postales.

«La technologie au service des visites » : testez les audio-phones pour une nouvelle perception de la visite.

Nous avons regretté le faible taux de participation et lors du groupe local Qualité de fin d'année, nous avons mis en place des actions correctives pour améliorer cette rencontre.

Mardi 23 octobre 2018

En fin de saison, nous organisons une rencontre avec les professionnels du tourisme pour faire un point sur la saison et préparer les actions 2019. L'année dernière, nous avons changé le format de cette rencontre pour que les professionnels participent activement en proposant un brainstorming qui avait séduit les participants car leur permettant de se rencontrer et d'échanger sur leur activité. Nous souhaitons proposer, à l'issue de la simple réunion de bilan, une formation technique correspondant aux attentes des prestataires. Cependant à cause d'événement extérieur, nous avons reporté ce format à 2019.

En amont de la réunion, nous envoyons un questionnaire pour faire le bilan quantitatif et qualitatif de la saison et faire un point sur nos actions envers les professionnels (distribution de documentation, organisation des rencontres, actions de promotions...).

La réunion s'est déroulée en 2 temps :

Diffusion d'information : bilan de la saison, réflexion sur le guide touristique 2019, validation de la date et du thème du «Rendez-vous du tourisme» 2019, point sur le site internet, la réservation en ligne et la labellisation accueil vélo. Réflexion sur les disponibilités des hébergeurs en haute saison avec la mise en place du tableau des disponibilités sur google drive.



PROMOTION

WEB

MARKETING

La stratégie numérique de l'office de tourisme se développe en fonction des filières prioritaires définies dans notre stratégie.

Elle s'applique sur notre site internet et nos newsletters, notre présence sur les réseaux sociaux et la mise à jour des informations dans le SRIT et sur les sites partenaires.

SITE INTERNET OT

Site internet :

Comme chaque année, nous avons procédé à l'ensemble des mises à jour des fiches prestataires dans Tourinsoft. Ce système Régional d'Information Touristique alimente notre site internet. Ce SRIT est devenu DécibellesData à la fin de l'automne 2018 ce qui a engendré des difficultés pour les mises à jour de fin d'année et de la saison 2019. Il faudra donc voir l'impact lors du rapport d'activité de l'année prochaine.

Nous avons ajouté une rubrique «Logement Sessions» qui a été consulté 3 668 fois et se place directement en 16^e position des pages les plus vues.

En chiffre :

En 2018, nous constatons une hausse de 13 % la fréquentation de notre site internet aussi bien en nombre de sessions qu'en nombre d'utilisateurs, avec 315 424 pages vues sur notre site. Cependant cette hausse est à relativiser car nous constatons aussi une augmentation de plus de 8% du taux de rebond.

La proportion des primo visiteurs / visiteurs réguliers est identique depuis plusieurs années : 15 % des utilisateurs sont des visiteurs qui reviennent sur notre site internet et 85 % sont des primo visiteurs.

La proportion d'utilisateurs français 88 % et étrangers 12% est similaire à 2017.

Les chiffres des données géographiques restent similaire aux années précédentes avec une répartition de 88 % de Français et seulement 12 % d'étrangers. On peut noter une hausse de 88 % du marché italien (243 connexion contre 129 en 2017), sûrement en corrélation avec l'envoi de la newsletter du Cluster sur ce marché.

A noter aussi 86 connexions coréennes contre seulement 43 en 2017.

Les données géographiques des connexions françaises corroborent nos choix d'action sur les marchés parisien (29% Île-de-France), bourguignon (26%) et lyonnais (20 % Rhône-Alpes).

52 % des visiteurs utilisent notre site depuis un ordinateur, 37 % depuis un téléphone et 11 % depuis une tablette.

La consultation depuis les smartphones ne cesse d'augmenter. La version mobile du site doit faire l'objet d'une surveillance régulière.

L'analyse des chiffres est aujourd'hui trop peu poussée. Un vrai travail doit être mené pour tirer meilleur parti de ces données.

Le Top des pages vues : les hôtels sont passés en première place : Hôtels, Agenda, Découvrir Visiter, Chambres d'hôtes et Gîtes

Utilisateurs

55 379

Nouveaux utilisateurs

55 525

Sessions

74 449

Nombre de sessions par utilisateur

1,34

Pages vues

315 424

Pages/session

4,24

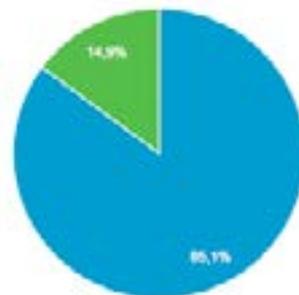
Durée moyenne des sessions

00:02:48

Taux de rebond

48,56 %

New Visitor Returning Visitor



Newsletter mensuelle :

Cible : grand public de proximité.

La newsletter a été diffusée 15 fois sur l'année 2016 : 1 par mois + 1 avant chaque vacances scolaires pour informer nos abonnés sur les activités enfants.

En fin d'année 2018 nous avons 668 abonnés soit une augmentation de 45,5 %.

Avec un taux d'ouverture moyen de 46,8 % en augmentation de 5 % par rapport à l'année 2017.

Newsletter pro :

Cible : TO et journalistes démarchés - marché lointain

Une seconde newsletter a été envoyée en mars 2018. Malheureusement, nous n'avons pas réussi à tenir notre programme trimestriel.

Nous construisons le contenu avec le service communication des Sanctuaires.

L'idée est de garder un contact avec ces marchés travaillés et de se rappeler à leur mémoire avant les temps forts : Noël, Pâques, Fêtes du Sacré-Cœur et Fête de Marguerite-Marie.

AUTRES SITES INTERNET

Afin d'optimiser notre visibilité sur le web, nous avons mis à jour :

Les sites généralistes de tourisme : tourisme.fr, franceavelo.fr...

Les sites partenaires : Villes Sanctuaires en France, CBT, Destination Saône-et-Loire, Bourgogne-Franche-Comté Tourisme.

Le site Villes Sanctuaires en France a entièrement été refondu avec une nouvelle charte graphique et un contenu très étoffé. Nous l'actualisons une fois par an.

Villes Sanctuaires en France

Villes Sanctuaires • Pèlerinage • Ressourcement • Histoire - Culture • Blog

Paray-le-Monial

- Pèlerinage
- Le message
- Histoires et légendes
- À faire sur place, Agenda
- Infos pratiques
- Où dormir, où manger ?

dimanche 23 juin 23° 15° / 31°

lun mar mer jeu
16°/21° 17°/22° 17°/22° 17°/22°

Villes Sanctuaires Paray-le-Monial

Paray-le-Monial

Paray-le-Monial bijou sacré de Bourgogne

Au cœur du Bocage Charolais, sur les bords du Canal du Centre, j'ai fait une halte à Paray-le-Monial. J'ai vu la basilique "joyau d'Art roman" et j'ai fait l'expérience du message d'amour transmis par Jésus à sainte Marguerite-Marie. Dans le sud de la Bourgogne, une rencontre avec le silence, et la nature, où s'épanouit (ADOC Star) j'ai cité "Le charolais".

La Loire m'accompagne dans mon périple entre Nevers et Paray-le-Monial. Je quitte la ville qui a offert l'apaisement et le repos à Bernadette Soubirou pour m'inspirer de **l'amour de Christ qui anime cette ville de Bourgogne**.

Dans quelques jours, la ville accueillera **une foule de pèlerins pour la Nte du "Sacré-Cœur"**. Ensemble, ils se laisseront guider par Jésus pour entrer dans l'amour de Dieu et de leur prochain. Ce n'est pas pour cette occasion spécifique que la ville de Paray-le-Monial est si richement fleurie, non, c'est toute l'année qu'elle soigne son apparence. Le mois de juin, entourée de plantes, me semble idéal pour découvrir un cadre de vie embellie quatre fleurs.

Avant d'arriver à destination, c'est un autre paysage qui me séduit. Une terre vallonnée, recouverte de verts pâturages délimités par des haies, des arbres ou l'on imagine, cachés



Nte du Sacré-Cœur



RÉSEAUX SOCIAUX

L'Office de Tourisme est présent sur les réseaux sociaux. Nous avons redéfini de manière précise les lignes éditoriales pour chaque support en déterminant des objectifs, la cible, le ton des publications, le format, les thématiques et le planning.

Nous avons deux pages Facebook : **Tourisme Paray** qui est devenu **Sortir à Paray**. Ce nom correspond mieux au contenu puisque qu'elle permet de communiquer sur les manifestations et les évènements. De plus le nom «Sortir à Paray» renvoie notre agenda papier. Nous éditons chaque jeudi le «Kes ce kon fait ce WE ?» qui donne des informations sur les manifestations à faire durant le week-end. La page a environ 90 fans supplémentaires par rapport à 2017 (2132 au 31 décembre 2018). Cette page s'adresse essentiellement aux locaux.

Nous avons une seconde Page **Tourisme Paray le Monial** qui évoque nos activités, rapporte nos actions de promotion et promeut notre destination avec des publications quotidiennes. Le calendrier des publications est défini à l'avance et est rigoureusement respecté afin d'avoir un support de qualité. Ce travail éditorial a permis de passer de 762 fans au 1^{er} janvier 2018 à 1096 au 31 décembre, soit une augmentation de près de 44 %.

L'acquisition est naturelle puisque qu'aucun engagement financier n'est effectué sur ce secteur.

Le compte @paraylemonial_tourisme sur Instagram a été repris en main en 2018 avec une relance d'activité. Mais le travail ne fait que commencer.

EMAILING-MAILING

L'Office de Tourisme met en place une série d'emailing à destination de la clientèle groupe et des professionnels. Nous envoyons les propositions pour les groupes par email puis nous procédons à une relance téléphonique. En 2018, nous avons ciblé :

Emailing Scolaires

Envoi de la brochure à une base de données mise à jour des écoles primaires du 71, 42 et 03.

Mise à jour des fiches de suivi clients et du tableau de bord général.

Envoi par email et relance par téléphone.

Emailing Site Clunisien

Envoi de la nouvelle brochure groupe aux associations membres de la Fédération des Sites Clunisiens :

Mise à jour de la base de données.

Envoi par email.

Emailing AVF

Envoi de la nouvelle brochure groupe aux AVF :

Mise à jour de la base de données.

Envoi par email.

Emailing et Mailing Agences

Envoi de la brochure groupe à une base de données mise à jour des Agences.

Mise à jour des fiches de suivi clients et du tableau de bord général.

Envoi par email, par courrier et contact par téléphone.

Emailing et Mailing IME

Envoi de la nouvelle brochure à destination des IME et création d'une nouvelle base de données des établissements.

Création des fiches de suivi clients et du tableau de bord général.

Envoi par email, par courrier et contact par téléphone.



Chaque année, nous rééditons les brochures indispensables à la promotion de notre destination. Ces brochures sont à destination de la presse et des groupes. Nous n'avons plus de documentation de promotion à destination des individuels. Celui-ci est intégré dans notre guide touristique qui est aussi un document d'accueil.

BROCHURES PRESSE

Dossier de presse

Le dossier de presse est une présentation générale et attractive des atouts touristiques de la destination Paray-le-Monial. En 2018, nous avons mis en valeur «Paray, cité internationale de la mosaïque» afin d'offrir une accroche à la presse. Cet accent a été très important puisqu'il a généré plus d'accueil de journalistes que les années précédentes. Il est primordial d'avoir de l'actualité pour attirer les journalistes. Il faudrait avoir chaque année un évènement à portée nationale.

PAO en interne

Diffusion :

Lors des accueils presse

Auprès des partenaires en lien avec les relations presse (ADT71 et CRT Bourgogne).



ÉDITIONS POUR LES GROUPES

Brochure groupes :

L'Office de Tourisme a édité à l'automne 2018 une mise à jour de la brochure groupes.

Édition papier en FR et numérique en GB et D.

Budget : 333,60 €

Diffusion papier à 200 exemplaires sur l'année 2018 et 2019 :

À l'accueil de l'office de tourisme

- Dans les salons
- Lors des démarchages
- Diffusion numérique :
- Par email lors du traitement des demandes
- En téléchargement sur le site www.tourisme-paraylemonial.fr

Brochure scolaire :

L'Office de Tourisme a édité au début 2018 une mise à jour de la brochure à destination des scolaires.

PAO en interne.

Diffusion par emailing.

Brochure IME :

L'Office de Tourisme a édité au début 2018 une nouvelle brochure à destination des personnes en situation de handicap mental et plus particulièrement des résidents d'IME. Elle met en avant des visites-ateliers adaptées à ce public.

PAO en interne.

Diffusion par emailing et par courrier auprès des établissements.



PROMOTION MARKETING DIRECT

Les actions marketing se mettent en place en coordination avec nos partenaires, selon les filières prioritaires définies dans notre stratégie de développement et en fonction des produits que nous souhaitons valoriser.

La promotion s'effectue par des actions directes comme les salons ou par des envois en mailing ou emailing.

DISTRIBUTION

Bourse d'échange - Jeudi 5 avril 2018

La bourse d'échange est préparée selon 2 axes : la diffusion de notre documentation et l'approvisionnement en documentation. Un bon de commande est envoyé au plus tard 15 jours avant la Bourse d'échange, avec toutes nos brochures à tous les prestataires présents à la bourse d'échange. Dès réception des bons de commandes, les commandes sont enregistrées puis durant la semaine précédant la bourse d'échange, toutes les commandes sont préparées. De la même façon, nos collègues nous envoient un tableau pour connaître nos besoins en documentation. Pour cela, nous avons un tableau récapitulatif dans lequel est notée la quantité totale de la documentation diffusée dans l'année et en faisant le stock de l'année en cours, on peut évaluer nos besoins au plus juste.

SALONS GRAND PUBLIC

MAHANA DE LYON- HALLE TONY GARNIER – LYON - 2 au 4 mars 2018

Présentation de l'action :

L'Office de Tourisme de Paray-le-Monial a participé au Salon Mahana de Lyon sur le stand Destination Saône-et-Loire. Nous avons participé en collaboration avec l'OTT de Bourbon-Lancy et l'OT du Grand Charolais. L'Office de Tourisme de Paray-le-Monial a été présent au salon le samedi et le dimanche.

Ce salon s'inscrit dans notre cible prioritaire lyonnaise.

Bilan général :

Synthèse du bilan transmis par l'organisation :

Les indicateurs d'achat sont bons :

- 28% des visiteurs déclarent acheter leur voyage sur le salon ou dans les 15 jours qui suivent leur venue (contre 22% en 2017 et 23% en 2016).

- la part des personnes dépensant plus de 3000€ pour leurs vacances s'établit à 31% du visitorat (contre 39% en 2017 et 36% en 2016).

- 90% des visiteurs avaient un projet de voyage en venant au salon (France 12,5%, Etranger 55%, France et Etranger 23%)

- Période recherchée des porteurs de projets : Septembre à 31%, Mai à 25%, Juin à 21% et Août à 26%.

Côté groupes le bilan est très positif puisque le salon est fréquenté par 186 comités d'entreprise, clubs et associations (vs 96, soit +93%).

Les autres statistiques sont les suivantes : 485 professionnels (vs 246), 35 journalistes (vs 42) et 214 étudiants (vs 385) ont également été accueillis.

La part des familles est également en augmentation avec près de 500 enfants qui ont pu bénéficier des animations mises en place sur le salon, principalement le week-end.

Nombre d'exposant : 290

Fréquentation = 26100 (stable vs 2017)

La répartition du visitorat par jour est fluide et s'établit ainsi :

- 28% le vendredi

- 36% le samedi

- 36% le dimanche

Coût financier : 644,40 €

Partenaires : ATD71, OT71, Carnet Découvertes, Gîtes de France 71

Prix de la location du stand ou de l'espace : 500 €

Frais de déplacement : Hébergement 100 €, Restauration 39,20 €, Location de voiture, péage 5,20 €



Le choix :

Cible : Seniors, Familles, Groupes, Randonneurs, Cyclotouristes, Amateurs de découverte patrimoniale (et notamment d'art roman)

Zone géographique : Auvergne/Rhône Alpes 69 essentiellement, 42 & 38

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Découverte culturelle (patrimoine départemental), Tourisme vert (cyclotourisme et randonnée pédestre), Tourisme fluvial, Thermalisme, Offres destinés aux familles

Fréquentation :

Nombre : env.100/jour

Profil : Seniors, Familles, Groupes, Randonneurs, Cyclotouristes, Amateurs de découverte patrimoniale (et notamment d'art roman)

Quantité de dépliants diffusés :

200 guides Paray sur 3 jours

40 guides Charolais-Brionnais.,

7 brochures groupe

Intérêt du visiteur :

Découverte culturelle (patrimoine départemental),
Tourisme vert (cyclotourisme et randonnée pédestre),
Tourisme fluvial, Thermalisme, Offres destinés aux familles

Actions menées sur le stand :

En lien avec Mosaïque 2018, exposition de cet art avec une œuvre, quelques tesselles, les outils et de la documentation. Le tout présenté sur une colonne .
Position stratégique au carrefour de 2 allées.

Amélioration à apporter : Agencement du stand et nombre d'exposants sur le stand

Projet à venir :

Participation à renouveler avec un meilleur agencement du stand et une meilleure organisation ADT

**SALON DES SENIORS DIJON – CENTRE DES CONGRÈS - Les 22 et 23 mars 2018****Présentation de l'action :**

L'Office de Tourisme de Paray-le-Monial renouvelle sa participation au salon des seniors de Dijon, comme en 2017 dans le cadre d'une proposition de partenariat de l'office de tourisme et du thermalisme de Bourbon-Lancy et des Thermes de Bourbon-Lancy.

L'expérience de 2017 avait été intéressante dans le cadre de ce partenariat pour proposer une activité culturelle aux personnes venant en cure à Bourbon-Lancy.

Cette année nous avons mis l'accent sur la mosaïque.

Ce salon est organisé par le conseil départemental de Côte d'or afin d'inviter les plus 55 ans à « bien vieillir en Côte-d'Or ».

Le salon est divisé en plusieurs pôles :

Village des associations

Logement et service à la personne

Loisirs et tourisme f

Fiscalité et prévoyance

Retraite

Santé et bien-être

Espace détente

Bilan général :

Nous n'avons pas reçu le bilan des organisateurs

Coût financier : 200 €

Partenaires : OTT Bourbon-Lancy et Thermes de Bourbon-Lancy

Prix de la location du stand ou de l'espace : 200 € facturés par les Thermes.



Le choix :**Cible :** Senior seul ou en couple et groupes.**Zone géographique :** Dijon et Côte d'oriens

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Senior et groupe, mais cette thématique est beaucoup plus pertinente en partenariat avec la station thermale.

Fréquentation :

Nombre : env.300 personnes sur 2 jours.

Jeudi de 9h30 à 17h30 : fréquentation très régulière le vendredi près 200 guides touristiques distribués dans la journée. Baisse de fréquentation entre 12h30 et 14h, mais après-midi très dense

Vendredi de 9h30 à 17h30 : fréquentation réduite par rapport à la veille avec un démarrage assez long le matin.

Profil : Majoritairement des seniors en couple. Quelques contacts groupe.

Quantité de dépliants diffusés :

- 300 guides Paray
- 25 église romanes
- 80 guides pays
- 20 aventures mômes
- 10 brochures groupes
- 1 carton de chéquier
- 25 routes des châteaux

Intérêt du visiteur :

Type de demande :

Demande d'information générale sur la destination pour ceux qui ne la connaissent pas

Demande de types de soins aux thermes

Centre d'intérêt :

Intérêt pour les thermes et nous proposons en complément l'offre culturelle de Paray-le-Monial.

Actions menées sur le stand :

Tombola pour gagner un week-end Bourbon-Lancy et Paray-le-Monial.

Amélioration à apporter : proposer une animation mosaïque**Projet à venir :** Possibilité de reconduire l'action mais uniquement en partenariat avec Bourbon-Lancy**SALON DU RANDONNEUR - LYON (CITE INTERNATIONALE) - 23 - 27 mars 2018****Présentation de l'action :**

En 2018, le Pays Charolais-Brionnais a souhaité reprendre en charge cette action de promotion. Le stand était donc payé par le Pays et chaque office de tourisme du Pays était présent une journée. Notre stand était partagé avec la Carnet Découverte. L'office de tourisme de Paray-le-Monial était présent le dimanche.

Bilan général :

Synthèse du bilan transmis par l'organisation :

Nombre d'exposant : 350 exposants - 126 stands - Surface stands : 1779 m2

Fréquentation : 14 727 visiteurs (14 673 visiteurs 2017, 12 762 en 2016 - 13 486 en 2015)

Coût financier : 0 €**Partenaires :** Offices de tourisme du Charolais-Brionnais et Pays Charolais-Brionnais

Prix de la location du stand ou de l'espace : pris en charge par le Pays

Le choix :**Cible :** Randonneur pédestres, cylos et équestres. Personnes à la recherche d'activités de pleine nature.**Zone géographique :** Bassin Lyonnais , Région Rhône Alpes et région limitrophe (Bourgogne/Franche-Comté)

Thématique en cohérence avec notre stratégie.

Fréquentation :

Pour la journée du dimanche une forte affluence en fin de matinée et en début milieu d'après-midi. Cependant, il y avait beaucoup de personnes qui flânaient. Nous avons distribué beaucoup de calendriers de randonnées de Saône-et-Loire.

Profil : en majorité des seniors en couple.

Quantité de dépliants diffusés :

75 guides Paray Touristique

100 calendriers des randonnées en Saône-et-Loire

Intérêt du visiteur :

Type de demande :

Demande de cartes et de guides de randonnées pédestres ou vélo.

Centre d'intérêt :

Essentiellement des randonnées pédestres et cyclo (voies vertes et boucles plus longues). Découverte générale de la destination

Actions menées sur le stand : pas d'animation particulière

Amélioration à apporter : Vendre un guide avec les boucles vélos. Apporter moins de documentations. Mutualiser l'espace avec les autres offices de Saône-et-Loire, car nous distribuons une documentation similaire (carte voie verte et calendrier des randonnées) sur des stands différents.

Projet à venir : à reconduire.



ACCUEIL PRESSE – Journaliste et Agence coréennes- CPBC

Du 14 au 16 avril 2018

Cible de l'action : Tour Operator religieux et média catholique national

Cibles de clientèle : Groupe coréen et grand public coréen

Filière : Religieuse

Présentation de l'action : Suite au démarchage en décembre 2017, nous avons accueilli pendant 3 jours deux représentantes de CPBC pour la filière média mais aussi agence de voyages. Cela montre l'intérêt de la plus grosse entité médiatique catholique en Corée pour notre destination. Nous les avons accueillies dans leur langue grâce à la prestation d'une interprète.

Bilan de l'accueil :

Nous leur avons fait découvrir la ville, les sanctuaires, mais aussi la gastronomie et avons proposé une promenade en bateau à Digoin. La personne de la filière agence a aussi souhaité visiter les hôtels.

Elles étaient très satisfaites de leur séjour. Nous avons eu le temps de bien leur présenter notre destination.

Coût financier : Prise en charge des repas, la moitié des nuitées (1/2 prix offert par le Comfort Hôtel) et de l'interprète pendant les 2 jours : 837,90 €

Partenariat : Cluster Tourisme et spiritualité. Comfort Hôtel. Sanctuaires.

Retombées : Un article web.

Zone géographique : Corée au niveau national

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Filière religieuse



ACCUEIL PRESSE - Paula BOYER - La Croix

Les 23 avril et 24 avril 2018

Cible de l'action : Presse

Cible de clientèle : Grand Public

Filière : Culturelle

Présentation de l'action : Voyage de presse organisé par Destination Saône-et-Loire sur la thématique : «Les Églises du Charolais-Brionnais». Accueil pour valoriser l'art roman et la race charolaise pour le dossier tourisme de La Croix. Visites de Perrecy-les-Forges, Drée, La Clayette, Marcigny, Anzy-le-Duc, Montceaux-l'Etoile, Paray-le-Monial, Maison du Charolais et Suin.

Bilan de l'accueil :

Nous avons beaucoup échangé lors du dîner d'accueil le 23 avril, puis la journaliste a beaucoup apprécié la balade nocturne pour prendre des photos de la Basilique. La matinée a été consacrée au patrimoine roman de Paray : Basilique et Musée du Hiéron : tympan d'Anzy-le-Duc et Christ de Varenne-l'Arconce. A noter que même s'il s'agissait d'un média catholique, la journaliste n'était intéressée uniquement que par l'art roman et pas du tout par l'histoire religieuse du Sacré-Cœur.

Coût financier : Prise en charge du dîner et de la nuitée : 104,90 €

Partenariat : ADT71.

Retombées : Un article web du 12 mai «En Saône-et-Loire, des joyaux de l'art roman»

Zone géographique : France au niveau national

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Filière culturelle



ACCUEIL PRESSE – Journalistes et influenceurs italiens

Du 27 et 28 mai 2018

Cible de l'action : Média et influenceurs italiens

Cibles de clientèle : Grand public italien

Filière : Religieuse et culturelle

Présentation de l'action : Accueil de 4 journalistes de médias variés italiens.

Bilan de l'accueil :

Nous leur avons fait découvrir Paray-le-Monial (Basilique, Musée du Hiéron, Sanctuaires, Maison de la Mosaïque) mais aussi le Brionnais. Nous les avons accueilli dans leur langue grâce à notre guide parlant italien.

Coût financier : Prise en charge des repas et nuitées. 1/2 Nuitées offertes par le Comfort Hôtel : 725,50 €

Partenariat : Cluster Tourisme et spiritualité. Comfort Hôtel. Sanctuaires.

Retombées : Peu de retombées par rapport l'investissement.

Zone géographique : Italie niveau national

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Filière religieuse

ACCUEIL PRESSE - World Else

Le 8 juin 2018

Cible de l'action : Blogueur

Cible de clientèle : Grand Public

Filière : Culturelle/ Vélo

Présentation de l'action : Voyage d'un couple de blogueur (Pauline et Benoît) organisé par Destination Saône-et-Loire. Accueil pour valoriser la destination et la voie verte. Ils tiennent aussi une page Instagram qui compte plus de 40 000 abonnés.

Bilan de l'accueil :

Il s'agissait plus d'un accompagnement. La matinée a été consacrée à des prises de vue par Benoît avec quelques informations transmises sur le patrimoine à Pauline. Leur axe de communication est essentiellement de belles photos étant donné leur support de communication. Nous leur avons ensuite prêté des vélos pour qu'ils rejoignent Digoin, nous les avons accompagné sur 2 kilomètres jusqu'à la sortie de Paray.

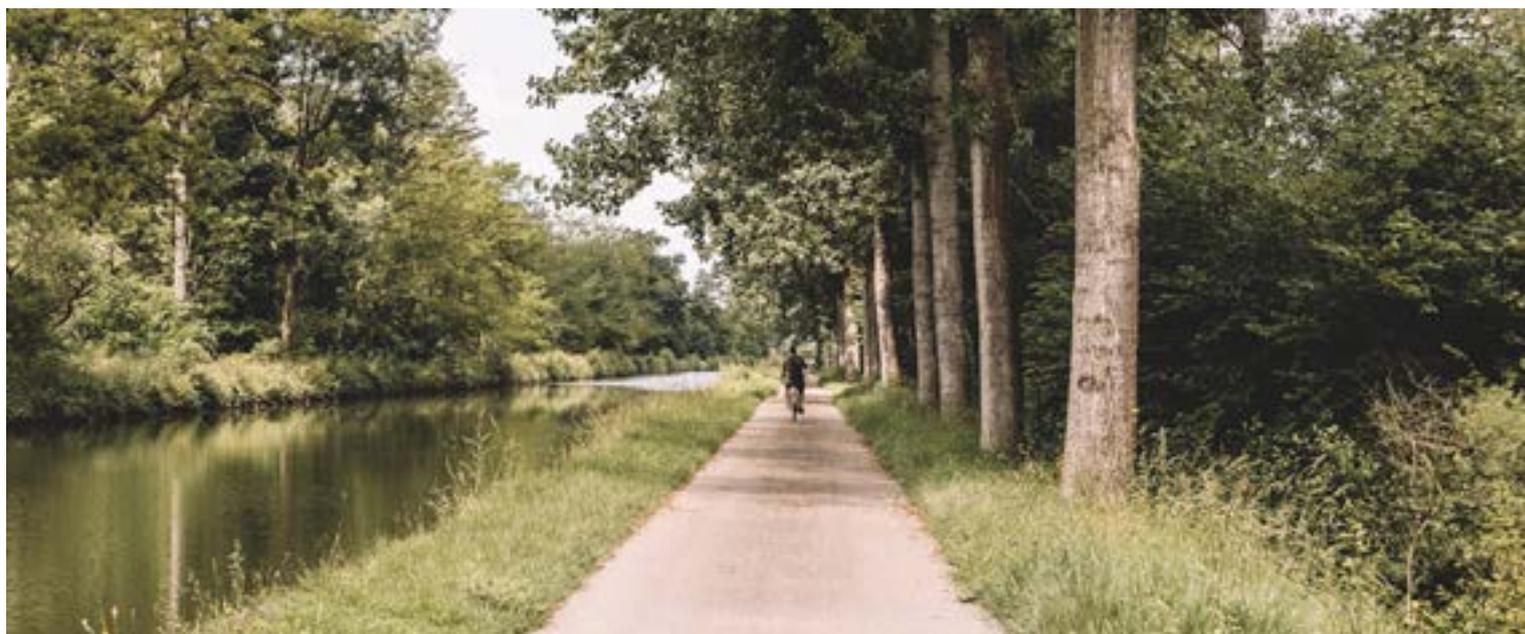
Coût financier : 0 €

Partenariat : ADT71 et CRT

Retombées : Une mention de Paray-le-Monial sur un article de leur blog : <https://www.worldelse.com/decouvrir-la-bourgogne-un-sejour-entre-nature-patrimoine/> avec une photo de la Basilique et du Canal

Zone géographique : Non connu

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Filière culturelle et cyclotourisme



ACCUEIL ÉDITION - Aurélie THÉPAUT - Guide Vert Michelin

Les 4 et 5 juillet 2018

Cible de l'action : Édition

Cible de clientèle : Grand Public

Filière : Culturelle

Présentation de l'action : Voyage de rédaction pour la mise à jour de l'édition du Guide Vert Bourgogne. Nous avons contacté Aurélie Thépaüt en amont de sa venue pour faire un point sur l'édition précédente et pour lui faire des propositions de modifications. Lors de ce travail préparatoire, nous avons demandé à ce que le Musée du Hiéron soit revalorisé avec une étoile. Nous lui avons aussi proposé de visiter les établissements hôteliers ainsi que les nouvelles chambres d'hôtes.

Bilan de l'accueil :

Aurélie Thépaüt a fait ses visites des établissements de manière indépendante lors de la première soirée. Le lendemain visite de la basilique, présentation des sanctuaires, découverte de la ville. Un accueil privilégié au Musée du Hiéron.

Après le déjeuner découverte du Musée Paul Charnoz et de la Maison de la Mosaïque

Coût financier : Prise en charge du dîner, nuitée et déjeuner

Partenariat : ADT71

Retombées : Notre demande de revalorisation du Musée a porté ses fruits puisqu'il a obtenu une étoile et deux étoiles pour la *Via Vitæ*.

Zone géographique : France au niveau national

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Filière culturelle



ACCUEIL PRESSE - Bérengère LAUPRETE - Femme Actuelle

Le 12 juillet 2018

Cible de l'action : Presse

Cible de clientèle : Grand Public

Filière : Culturelle

Présentation de l'action : Voyage de presse organisé par Destination Saône-et-Loire sur la thématique : «Échappée bucolique en Sud Bourgogne». Accueil pour valoriser la destination. Découverte du Mâconnais, Clunysois et de la vallée de la céramique Du Creusot à Paray-le-Monial.

Bilan de l'accueil :

Après un déjeuner en terrasse à la Brasserie de La Poste où nous avons présenté la destination, c'est à vélo que nous avons parcouru la ville. Nous avons visité la Basilique et le Cloître, le Musée du Hiéron, la Chapelle La Colombière puis la Maison de la Mosaïque sous un beau soleil. L'accueil a été rapide puisqu'elle devait être repartie à 16h30 pour Écuise.

Coût financier : Prise en charge du déjeuner

Partenariat : ADT71

Retombées : Une photo de la Basilique en double page dans l'édition du 24 septembre dans un article intitulé «Bourgogne du Sud, Une terre de trésors»

Zone géographique : France au niveau national

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Filière culturelle et cyclotourisme



ACCUEIL PRESSE - Blogtrip «Country Break»

Le 7 octobre 2018

Cible de l'action : Influenceurs

Cible de clientèle : Grand Public

Filière : Culturelle/ Vélo

Présentation de l'action : Voyage de 6 influenceurs organisé par Destination Saône-et-Loire. Accueil pour valoriser le «Country Break en Saône-et-Loire, entre Autunois et Charolais-Brionnais». Ils tiennent des blogs (entre 13 000 et 104 000 visites par mois) et ont entre 1100 et 25 000 abonnés. Ils souhaitent faire une découverte interactive de la destination notamment en s'essayant à la mosaïque.

Bilan de l'accueil :

Nous avons rendez-vous à la Maison de la mosaïque pour une découverte de l'exposition par l'artiste Andrée Dumas. Malheureusement, elle n'a pas su répondre aux attentes des blogueurs. Nous avons ensuite pu entreprendre la création d'une mosaïque après la découverte des techniques, des matières et des outils (marteline, les pinces...) Une fois les œuvres achevés, nous sommes passés rapidement à la Basilique et au cloître, le temps ne se prêtant pas à une découverte plus approfondie.

Coût financier : 0 €

Partenariat : ADT71 et CRT

Retombées : Un article bien écrit sur le blog de Voyage à deux : <http://voyages-a-deux.org/2018/12/10/1-week-end-3-etapes-au-sud-de-la-bourgogne-partie-2/>

Zone géographique : Non connu

Thématique en cohérence avec notre stratégie : Filière culturelle et cyclotourisme



ACCUEIL B TO B

Accueil Agence Réceptives Espagnoles

Le 9 novembre 2018

Cible de l'action : Professionnels - Agences Réceptives espagnoles

Cible de clientèle : Groupes

Filière : Culturelle et religieuses

Présentation de l'action : Eductour organisé par Bourgogne Franche-Comté Tourisme pour 9 agences réceptives espagnoles pour une découverte rapide en deux heures de la basilique, du cloître, du Musée du Hiéron et des Sanctuaires. Elles ont été accueillies dans leur langue et la visite de la Basilique a été faite en anglais car notre guide espagnole n'était pas disponible.

Bilan de l'accueil :

Suite à un retard, la visite de la basilique a été privilégiée au centre historique mais fut écourtée pour tenir les horaires. Un des participants souhaitait voir les propriétaires de l'hôtel de la Basilique car ils travaillent ensemble mais ne se sont jamais rencontrés. L'hôtel était malheureusement fermé pour congés annuels. Après l'accueil par un chapelain, nous avons visité la chapelle de la Visitation où ils ont pu profiter du chant des sœurs et ont été saisis par ce moment. L'accueil en espagnol au musée a été apprécié ainsi que le commentaire, en anglais, de la *Via Vitae*. L'accueil s'est terminé un peu plus tard afin de visiter la chapelle La Colombière, la vieille ville et prendre des photos devant la basilique.

Coût financier : 0 €

Partenariat : CRT

Valorisation des contacts : emailing et Newsletter pro.



DÉMARCHAGE CORÉE DU SUD - SÉOUL - 4 au 6 décembre 2018

Présentation de l'action : Pour rappel, l'office de tourisme, les Sanctuaires et le Comfort Hôtel sont membres du Cluster d'Atout France « Tourisme et Spiritualité ». A ce titre, les trois entités ont participé à 3 actions sur des marchés étrangers. 6 membres du Cluster ont participé à cette action à la carte : Les OT de Lisieux, Alençon, Lourdes et Paray-le-Monial, Tours et un groupe Hôtelier de Lourdes.

2 groupes ont parcouru Séoul. L'OT de Paray était avec l'office de tourisme de Tours et le groupe hôtelier de Lourdes. Synthèse de l'action : Nous avons rencontré 15 agences en 3 jours et nous avons pu prendre un dîner avec Mme Cha organisant de nombreux pèlerinages en France.

Bilan de l'action :

Comme l'année dernière, l'accueil des TO fut excellent. Ils nous ont accordé beaucoup de temps près d'1h30 de présentation.

Tendance générale : les TO rencontrés souhaitent toujours proposer la France comme mono-destination ou parfois en lien avec l'Espagne et le chemin de St Jacques de Compostelle. Ils ont toujours besoin d'informations pratiques et concrètes sur les différents sites et de préférence en coréen.

Méconnaissance de la Destination « Paray-le-Monial, Cité du Sacré-Cœur ».

Sur 15 Agences, 7 ont déjà entendu parlé de Paray-le-Monial dont 3 sont déjà venus à Paray.

Au cours de ce démarchage, nous avons donc pu voir l'importance du passage de Géraldine l'année dernière.

Les professionnels programment déjà la France avec des circuits classiques et des grands sites mais sont demandeurs d'informations pour varier les programmes. L'intérêt pour la spiritualité est affirmé; faute d'informations et de formation, les circuits sont basiques. Notre visite était fort appréciée, nous avons proposé en direct avec eux de nouveaux itinéraires. Les rendez-vous étaient bien complets et fructueux, les coréens souhaitent réellement travailler sur de nouveaux produits spirituels. Ces professionnels sont bien organisés, il existe chez certaines agences des départements dédiés aux circuits religieux. Les prêtres sont également des décideurs reconnus.

Contrairement à d'autres marchés, nous sommes sur une clientèle groupe pour l'essentiel des TO visités.

Les guides en coréen sont un vrai plus.

Coût financier : 2676 €

Amélioration à apporter :

Dans le démarchage : Carte de visite nominative (Bilingue Coréen et Français ?), le cérémonial d'échange de cartes de visites est effectivement important. Préparer une brochure complète en coréen. Faire une courte vidéo pour présenter notre destination avec des mots traduits en coréen.

Sur place : Faire de la documentation en coréen. Former la traductrice à l'accueil spirituel. Proposer un accueil très personnalisé avec la notion d'immersion et d'expérience. Proposer une activité en soirée ou le matin (comme la procession à Lourdes ou le chant des sœurs à Lisieux). Proposer de l'hébergement 3* toute l'année avec une capacité groupe. Possibilité d'avoir de l'hébergement 4 *

Projet à venir : Action à renouveler .



ACTIONS DU CLUSTER TOURISME ET SPIRITUALITÉ

L'office de tourisme, les Sanctuaires de Paray-le-Monial et le Comfort Hôtel font partie du Cluster Tourisme et Spiritualité dans le cadre de leur adhésion à l'Association des Villes Sanctuaires en France et l'adhésion de l'office de tourisme au GIE Atout France.

L'office de tourisme ne participe pas directement à toutes les actions mais la destination Paray-le-Monial est présentée par l'un des membres du Cluster.



SUPPORT PAPIER

Matulu :

Guide gratuit de l'été du Journal La Renaissance

Diffusion : Auprès des abonnés, avec l'achat du journal et dans des sites touristiques

Cibles individuels : Famille, locaux et touristes

Coût : 1 440 €

Echos du Val d'or

Encart publicitaire pour valoriser notre partenariat avec la paroisse.

Cibles : Locaux habitants à Paray-le-Monial

Coût : 378 €

L'Hybride

Guide touristique du Roannais

Encart publicitaire pour valoriser nos offres familles

Achat d'espace publicitaire en direction du public Roannais. C'est une action mutualisée avec les partenaires du réseau Aventures Mômes afin proposer une offre variée sur notre secteur.

Cibles : Habitants du Roannais - Loire

Coût : 478,80 €

Carnet Découverte

Encart publicitaire pour valoriser notre offre sur un outil de réduction largement diffusé à plus de 150 000 exemplaires. Ce chéquier renforce le réseau des prestataires touristiques qui y sont présents et permet de faire un lien de réciprocité.

Diffusion : Par tous les partenaires adhérents au Carnet Découverte, par les Gîtes de France lors de la réservation, par les Offices de Tourisme de Saône-et-Loire et lors d'une campagne avec le TV Magazine.

Cibles : Proximité et touristes

Coût : 1 600 €



L'office de tourisme crée chaque année de nouveaux produits et de nouvelles offres touristiques. Nos indicateurs qualitatifs et quantitatifs nous permettent de surveiller l'évolution des produits ou prestations existantes et de nous donner des pistes de développement.

NOUVEAUX PRODUITS

Produits «Mosaïque»

Cible du produit : Groupe et grand public

Filière : Culturelle

Présentation du produit : Nous avons créé en 2018 une nouvelle visite liée à l'événement «Paray, Cité internationale de la mosaïque. Année Mosaïssime.» Cette visite a été proposée aux individuels fin juin et début septembre. Cette formule n'a pas eu le succès escompté. Elle a été aussi proposée aux groupes avec plus de succès. Elle sera ensuite intégrée dans notre brochure groupe.

Nous avons créé un parcours Mosaïssime dans la ville invitant les visiteurs à découvrir les œuvres permanentes et les expositions temporaires disséminées dans la ville. Ce parcours pourra être retravaillé pour devenir un parcours pérenne.

Produits «Groupes»

Cible du produit : Groupe

Filière : Culturelle

Présentation du produit : Nous avons étoffé nos visites et nos offres adaptées des personnes handicapées.

Cible du produit : Groupe

Filière : Religieuse

Présentation du produit : Nous avons créé de nouveaux produits à destination des groupes de pèlerins avec le Sanctuaires autour des grandes fêtes religieuses : Noël, Pâques, Fêtes du Sacré-Cœur et Fête de Marguerite-Marie. Ces produits sont en lien direct avec l'envoi de la Newsletter professionnelle.

Application Jeu-gratuit : « Paray-le-Monial, au temps des cartes postales ! »

Cible du produit : Grand public

Filière : Culturelle

Présentation du produit : Nous avons créé un nouveau produit afin de découvrir Paray-le-Monial sous une forme plus ludique. Certains prestataires touristiques ont participé aux bases du jeu lors de la réunion de mars. Puis grâce aux cartes postales de l'INAKA et de collections privées nous avons développé un jeu. Le visiteur doit se rendre sur le site touristique présenté sur la carte postale ancienne et doit reprendre la même photo.



*Paray-le-Monial,
au temps des cartes postales !*



RÉSERVATION EN LIGNE

En 2018, la réservation en ligne a essentiellement été utilisée par les internautes pour la billetterie des concerts et des spectacles, ainsi que pour les visites d'été (de 14h30 et les légendes parodiennes). Nous avons de nombreux problèmes avec le kit de paiement suite à une mauvaise configuration de la part d'Ingénierie. Ainsi au lieu que la transaction passe directement par l'hébergeur, le compte du client était débité alors qu'il était indiqué comme «à payer»; Nous espérons que ces nombreux problèmes s'arrêtent pour avoir un outil fiable.

VISITES GROUPES

Nous avons commercialisé 99 visites pour les groupes pour un chiffre d'affaire de 21 612 €. Le chiffre d'affaire global est en baisse par rapport à 2017 (26 573 €), mais le bénéfice net est en hausse de 3 %. (13 735 € en 2017 contre 14 150 € en 2018).

VISITES INDIVIDUELS

Visites estivales

En 2018, nous avons proposé de nouvelles visites les dimanches du mois de juin. Ces visites ont rassemblés 50 personnes pour un chiffre d'affaire de 247,50 €. Nous avons souvent des demandes à cette époque de l'année. Le samedi, la basilique étant régulièrement occupée pour les mariages, le dimanche nous a semblé plus adapté. Nous ferons le bilan au bout de 3 ans pour voir si cette proposition est à pérenniser.

823 visiteurs ont suivi les visites guidées individuelles (dimanche de juin, visites quotidiennes juillet-août, journées du patrimoine) sur 70 visites. Soit une moyenne de 11,75 visiteurs par visite, en hausse par rapport à 2017. Le chiffre d'affaire global a augmenté de 2742 € en 2017 à 3058 € cette année soit une hausse de 11%.

Audioguides

Malgré le rachat de nouveaux lecteurs mp3 au printemps 2018, la qualité de nos audio-guides n'est pas satisfaisante. Le son n'est pas assez fort et les batteries ont du mal à être chargées pour une utilisation optimale. Il faut vraiment trouver une solution car nous avons procédé à 352 locations pour un chiffre d'affaire de 902,50 €

ATELIER ENFANTS

113 enfants ont participé aux ateliers de 15h lors des vacances d'hiver, de printemps et d'été. Il n'y a pas eu d'ateliers proposés aux vacances de la Toussaint et Noël.

Malgré ce manque à gagner, le chiffre d'affaire est de 458 € contre 518 € en 2017.

LOCATION VÉLOS ET ROSALIE

Le chiffre d'affaires des locations de vélos et de Rosalies est de 11 607,50 € contre 10 236 € en 2017 soit une hausse de + 13 %. Le nombre de locations a augmenté grâce à la dernière tranche de renouvellement du parc à vélo. Cela nous permet d'avoir un nombre plus important de vélos en bon état et donc prêt pour la location. Nous avons révisé entièrement les Rosalies, mais leur état se dégrade et un renouvellement est à envisager.



BOUTIQUE

Nous avons constaté une légère augmentation de 5 % des ventes en 2018.

+ 10 % sur les objets

+ 5 % sur la librairie sans compter la vente des «Historiogramme. 2000 ans d'Histoire du Christianisme», que nous avons vendu au profit de la paroisse pour un chiffre d'affaire de 10391 €

- 11 % sur enveloppes et cartes postales. Comme chaque année, ce poste est en baisse. Il va de soit que les nouvelles technologies ont remplacé pour bon nombre de visiteurs les cartes postales.

+ 10 % sur les produits régionaux. Nous avons notamment augmenté notre marge sur les moutardes qui sont l'une des ventes les plus importantes.

- 2 % sur les cartes routières.



Folk à Paray :

Date : Dimanche 13 mai

Filière : culturelle

Cette manifestation est organisée par le GRETT, mais l'office de tourisme reste un partenaire privilégié.

En amont de la manifestation : L'office de tourisme aide à l'organisation et à la communication.

Pendant la manifestation : Nous avons organisé des concerts dans 5 bars de la ville le samedi 12 en fin d'après-midi.

Coût : 150 €. Le dimanche, nous proposons les locations de vélos, de rosales et des jeux en bois que Diverti'parc nous prêtent gracieusement. Malheureusement le mauvais temps a mis à mal notre activité. Nous n'avons fait aucune location, mais les jeux étant disposés à l'abri ont connu un petit succès pour les familles.

Concerts et Les Polyphoniales de Paray-le-Monial

Date : du 13 mars au 15 décembre

Filière : culturelle

En 2018, l'animation musicale a connu un nouvel essor grâce à l'Association des Amis de la Musique en Charolais, Brionnais et Bourbonnais. Cette association, organisant déjà des concerts au Musée du Hiéron, a repris et amplifié le travail effectué depuis de nombreuses années par l'office de tourisme pour proposer du 13 mars au 15 décembre dix-sept concerts répartis au Musée du Hiéron, à la Basilique et à la salle de boiserie. Les concerts ont redonné une vie à cette salle, ancien réfectoire des moines, ornée de belles boiseries du XVIII^e siècle.

L'office de tourisme a effectué pour le bon déroulement la billetterie en amont et le jour du concert. Nous avons pris en charge la conception et l'impression des programmes. Coût : 1036 €

Nous avons préparé les affiches pour chaque concert avec une PAO et une impression en interne.

Nous avons largement diffusé les programmes et procédé avant chaque concert à une distribution des affiches dans le centre ville. Enfin, nous avons pris en charge les apéritifs des concerts du vendredi matin.

461 personnes ont assisté aux concerts de la Salle des Boiseries soit 92 spectateurs en moyenne.

En moyenne, 120 spectateurs participaient à chaque apéritif-concert.

270 spectateurs au concert du 15 août, que nous avons mis en place en 2016 avec la Cappella Mariana

90 spectateurs au concert Musica Nova en septembre.

95 spectateurs au concert de Noël par l'ensemble Gilles Binchois.

L'ensemble des concerts au Musée du hiéron a généré 420 spectateurs soit 105 spectateurs par concerts.

Des jardins et des hommes - Spectacle inaugural de la cour de la Basilique

Date : le 19 juillet

Filière : culturelle

Un nouvel espace a vu le jour en 2018 entre la basilique et le cloître. Une cour, en jachère, a repris vie grâce au service Cadre de Vie de la ville de Paray-le-Monial et grâce à l'association M comme Mosaïque. Ce lieu est devenu une cour ornée de l'œuvre de mosaïque de Joël Barguil. Afin d'inaugurer ce lieu faisant le lien entre l'art et les jardins, nous avons proposé un spectacle sur ce thème. Au travers d'histoires de jardin racontées par Gilles Clément, Victor Hugo, Léonard de Vinci ou Pierre Rabhi vous découvrirez la belle fraternité qui unit l'homme à la nature. Coût : 4 500 €

Près de 250 personnes ont participé à cet évènement.



Marche populaire :

Date : 22 avril - Cible : loisirs et randonnée

Le beau temps et environ 200 marcheurs étaient au rendez-vous.

Fête du vélo :

Date : Dimanche 3 juin

Cible : Vélo

Fête organisée en partenariat avec le club de cyclotourisme de Paray-le-Monial. Nous avons proposé deux parcours avec des visites (Montceaux-l'Étoile, Baugy) et une arrivée à la Maison de la Mosaïque avec une dégustation de Cacous.

Près de 40 personnes ont participé. Beau temps. Beau moment d'échange et de découverte.



CULTURE

Mosaïque en ville

Date : 21 avril - Cible : tourisme culturel

Après-midi festif organisé avec la Maison de la Mosaïque contemporaine pour inaugurer l'installation du parcours mosaïque permettant de découvrir les œuvres des mosaïstes des ateliers de la Maison de la Mosaïque installées dans les vitrines des commerçants, ainsi que les reproductions grand format dans plusieurs lieux et la photo mosaïque «La trombine des parodiens.».

Nous avons pris en charge l'installation du parcours, l'exposition de la photo mosaïque et le vin d'honneur à l'issue du défilé.

Exposition photo

Date : du 2 juin au 28 juillet - Cible : tourisme culturel

Exposition «Savoir-Faire mosaïque» organisée avec le club photos de Paray-le-Monial et en parallèle d'une exposition de mosaïque dans les salles du cloître.

Légendes parodiennes - les mercredis 21h du 14 juillet au 15 août

Date : 18 et 25 juillet et 1, 8 août et 15 août - Cible : famille

Visite familiale et conviviale permettant de mieux connaître l'histoire de la cité. En 2018, nous avons souhaité revenir à une formule plus conviviale et proche du public. Cette manifestation est possible grâce aux nombreux bénévoles et aux associations partenaires : Les Francs Cacous, le GRETT et la parodienne.

Nous avons eu 393 adultes payants soit une hausse de fréquentation 88 %. Aux spectateurs adultes s'ajoutent les moins de 18 ans qui ne paient pas soit 25 en moyenne par soirée.

Cette édition a été un vrai succès avec l'implication encore plus importantes des bénévoles.

La 25^e heure des Villes Sanctuaires en France

Date : 27 octobre - Cible : tourisme culturel et religieux

Lors du jour du retour à l'heure d'hiver nous organisons tous les deux ans un événement commun avec les autres villes sanctuaires. Cette année le thème des cloches nous a conduit à proposer une montée au clocher. Ce temps fort en commun avec le sanctuaire était mis en musique par le concert d'Elvira Stratinskaya et de Mike Carver. A noter un problème pour l'intervention du sanctuaire.

Coût : 700 €







OFFICE DE TOURISME
25 AVENUE JEAN-PAUL II
71600 PARAY-LE-MONIAL
+33 (0)3 85 81 10 92
contact@tourisme-paraylemonial.fr
www.tourisme-paraylemonial.fr

